ChinaXiv合作期刊

新媒体环境下科技传播的融合与创新

摘　要：在以互联网为基础的新媒体业态快速发展的推动下，人类社会的发展进入了新媒体时代。在新媒体环境下，科技传播的路径和方式发生了明显的变化，而科技传播所面向的受众群体在数量、类型和需求等方面也在不断地改变。在这样的情况下，为了更好地适应受众对科技内容的需求，就需要对原有的科技传播理念、模式进行必要的改革甚至突破，以融合与创新的策略把握新媒体环境下科技传播的新机遇，这就要求科技传播主要围绕科技传播的融合与创新进行深入的理论研究与实践探索。文章在分析新媒体环境下科技传播的新机遇和新趋势的基础上，就科技传播融合与创新的必要性进行实践性的论证，并对如何有效实施科技传播融合与创新提出相关的策略建议，以丰富科技传播的思路和方法，释放科技传播的强大优势。

关键词：新媒体；科技传播；融合与创新
中图分类号：TN949.197　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）11-058-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.11.014

文 / 郭思敏

chinaXiv:202310.01332v1

前言

科技传播是借助各种传播媒介将与科技发展相关的信息内容传递出去，实现科技影响甚至改变发展的意义和目标。在当前信息技术广泛且深入渗透的情况下，科技传播成为推广科技成果、提高科技发展水平的重要手段。然而，由于科技传播所面向的受众自身拥有的兴趣、知识和能力的层次性差异，科技传播预期效果的实现变得越来越有挑战性。对于新媒体环境下的科技传播工作来说，除了努力拓展科技成果，为科技传播提供海量传播的内容资源外，还要从融合与创新的视角出发对科技传播的渠道进行持续性的优化，以便更好地适应受众个性化的科技传播需求。

1. 新媒体环境下科技传播面临的新机遇

新媒体对科技传播的影响是深远且广泛的，其除了改变科技内容传播的方式和途径以外，还间接地对科技传播的内容产生作用，使通过新媒体传播的科技内容更加丰富、多样。就当前的新媒体环境发展而言，科技传播领域所面临的新的发展机遇可以概括为以下几方面。

1.1 科技传播的大众化

在传统媒体背景下，科技传播工作主要由政府、科研单位主导，所传播的内容更多的是与国家发展密切相关的前沿科学技术成果。而在新媒体环境下，科技传播的内容更多的是与公众生活或者工作密切相关的科学技术。例如，在传统媒体条件下，受众更多的是通过电视、广播等媒体渠道获知国家在某一领域取得科技研究重大突破，而这些科技与受众自身的生活关联性并不强，受众只是单纯的科技传播内容接受者；而在新媒体条件下，受众除了通过电视、广播等传统媒体了解科技发展动态信息以外，还可以通过互联网主动查阅与自己密切相关的科学技术研究与应用情况，并尝试将接收到的科技内容融入到生活和工作中，真正发挥科技改变生活和工作方式的作用。科技传播的大众化特点使得更多主体有机会参与到科技成果的传播和应用中，更大范围和更深层次地发挥科技成果的积极作用。

1.2 科技传播日益细化

在科技传播发展的早期阶段，科学家是科技传播的主导者，他们将自己通过各种实验验证的科学技术成果通过论文、专著等方式展现出来，用科技成果来影响人类社会的发展。而随着科技研究工作难度的不断加大，科学家不得不将更多的精力投入到破解科技难题方面，造成在科技传播方面的精力投入越来越少。在这样的情况下，媒体从业者就承担起了科技传播的职能，将获取的科学家的科技研究成果通过媒体方式加以广泛传播，这就促使科技传播从科技研究领域中逐步分化处理，成为单独性的内容。而在当下的新媒体环境下，自媒体手段的应用使得广大受众既可以是科技传播的受众，也可以是科技传播的主体，即其可以将自己通过媒体了解到的科技成果通过媒体的方式分享给其他人，从而承担科技传播主体的功能。据此可以看出，新媒体环境下，科技传播的分工日益细化，并且传播的主体性门槛正在逐步打破。

1.3 科技传播手段多元化

在新媒体环境下，新媒体技术具有的数字化、大容量、超时空特点极大地满足了受众科技传播需求。同时，媒体所具有的易检索和强大的融合性为受众差异化科技传播需求的满足提供了科学的技术支撑。在新媒体环境下，受众除了通过传统的广播、电视、报纸等传统媒体获取科技资讯内容以外，还可以通过各种网络终端检索自己

chinaXiv:202310.01332v1

所需要的科技传播内容，并且这种以互联网技术为支撑的媒体方式为受众主动参与到科技传播活动中创造了良好的条件。例如，媒体用户可以将自己所掌握的科技成果通过短视频的方式在网络空间中进行传播，而这种传播方式比传统的广播、电视传播更加个性、自由，也更受广大受众的喜爱。

1.4 科技传播内容的多样性

科技传播的内容主要是反映或者推动人类社会发展的科学规律和新的方法。新媒体的应用打破了传统媒体时代科技传播的单向性，赋予了科技传播更多的灵活性和自由性。同时，新媒体在科技传播中的应用打破了传播媒体的“门槛”，传播主体所传播的内容不需要通过媒体单位各方面的严格审查，这就使得更多媒体受众可以通过新媒体手段来分享自己在生活或者工作中发现的与发展相关的科学技术，从而丰富科技传播的内容。例如，受众可以通过短视频分享自己对某一科学技术的理解和掌握情况，并发表自己对科技发展的看法，而这些内容是传统科技传播中难以展现出来的内容。再者，新媒体环境下，科技传播的方式逐渐具有了双向性的特点，受众可以通过网络途径与科学研究者进行一对一的交流互动，而通过这种交互活动，不仅可以增进彼此之间的了解程度，同时也便于对科技研究成果的理解和应用，从而实现科技传播内容的不断深化。

2. 新媒体环境下科技传播面临的新要求

新媒体环境对科技传播工作的影响是广泛且深远的，它除了为科技传播提供更多融合与创新的新机遇以外，还促使受众在科技传播的要求方面的明显提升，即受众由原来的科技传播方面以“量”为核心的要求逐渐向以“质”为核心的要求过渡。在这样的情况下，科技传播主体需要通过新媒体环境下科技传播形势的进一步分析来掌握科技传播面临的新要求、新趋势，以更准确地把握科技传播融合与创新的方法。就目前的发展而言，科技传播面临的新要求可以概括为以下几方面。

2.1 传播内容主题的生活化

新媒体环境下的科技传播所面向的对象是普通的媒体受众，这些受众在科学技术知识掌握和理解与运用的能力水平方面与科学家之间存在明显的差异，因此，传播主体需要保证通过媒体途径传播的内容更接近受众的生活，以通俗易懂的方式展现出来，尽可能多地降低受众在内容接受方面遇到的知识或者能力门槛。例如，受众对人工智能的概念缺乏专业性的了解，而为了使其能够形成一定的理解效果，就可以借助“机器或者技术代替人进行劳动”这样更加生活化的语言来传播。

2.2 传播方式的主流化

新媒体环境下，用来传播科技内容的载体变得越来越丰富，除了广播、电视、报纸、图书等传统媒体以外，还有众多基于互联网基础上产生的新媒体。然而，并不是所有的媒体形式都能够实现良好的科技传播效果。换而言之，科技传播需要根据受众追捧的主流媒体来确定相应的科技传播渠道，以实现科技内容的有效传播。例如，鉴于微信在媒体受众中使用的主流性，越来越多的科技传播主体倾向于选择使用微信公众号作为科技传播的主要方式。

2.3 传播形式的趣味化

传播形式是科技传播内容以什么样的形式展现给媒体受众，是影响科技传播效果的关键性因素。新媒体环境下，通过媒体传播的内容逐渐超越了传统媒体单一的文字、画面形式，向更加多元化、趣味化的形式转变，而这也是适应受众媒体内容深度需求变化的需要。在具体的传播过程中，一方面，为了适应受众碎片化的内容阅读特点，要尽量选择言简意赅的传播形式来向受众直接传播相应的科技内容，避免长篇大论，另一方面，为吸引受众关注的目光，在传播过程中要适当地选择用视频、语音等动态化的形式替代静态的文字、图片，主动适应受众媒体内容阅读的需求。

3. 新媒体环境下科技传播融合与创新的必要性

新媒体环境下的科技传播融合与创新是通过科技传播内容、方式的融合与创新来提高科技传播的综合效果，使科技更好地向社会发展领域渗透，以更深入地作用于人们的生活，发挥科技的改变性功能。从当前科技发展的实际情况来看，开展科技传播融合与创新的必要性可以归纳为以下两方面。

3.1 融合与创新是迎合科技发展趋势的有效方式

在当前科学技术快速发展的情况下，原有的科技发展界限已经被突破，不同科技领域之间的融合与创新逐渐成为一种常态化的趋势。而科技传播作为科学技术发展的推动力，如果不能有效地进行融合与创新，就会逐渐落后于科技发展的步伐，从而造成科技传播效能的降低。并且，在新媒体环境下，科技传播面向的受众在科技发展方面的需求也已经突破了单一的专业领域，向多学科、多领域发展，这就导致科技传播主体需要通过融合与创新来为受众提供更多专业交叉的科技成果，以更好地满足受众科技方面的需求。以信息技术为例，大数据、人工智能、云计算等信息技术在企业中的渗透，促使企业要以业务发展为核心，对这些信息技术进行深度的研究和广泛的应用，而这种业务与技术的融合便是企业适应信息技术发展趋势的一种有效方式。

3.2 融合与创新是发挥新媒体优势的科学策略

新媒体对科技传播的影响是深远的。面对新媒体的影响，科技传播主体不能完全处于被动适应的地位，而是要根据科技传播活动开展的需要进行积极的作为，在复杂化境下探寻更加科学的科技传播路径。鉴于新媒体发展中表现出的媒体融合情况，科技传播主体要结合科技传播的目标，深入挖掘新媒体在科技传播方面的优势

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.01332v1

性功能，使科技传播能够充分借力新媒体发展的“东风”，推动传播效果的明显提升。例如，科技传播主体要充分利用各地区成立的融媒体中心，借助传播媒体与新媒体的融合优势拓宽科技传播融合与创新的思路与方法，实现媒体尤其是新媒体优势助力科技传播发展的功能。

4. 新媒体环境下科技传播的融合与创新策略

科技传播的融合与创新是新媒体环境下科技传播工作的一项新任务，也是在考验科技传播工作者在创新科技传播路径、提高科技传播效果方面的能力。针对新媒体环境下科技传播融合与创新的必要性，传播主体要结合科技传播工作的内容探寻更加科学、高效的科学传播融合与创新路径。结合当前科技传播工作开展的情况，要从以下几方面着手推动科技传播融合与创新效果的实现。

4.1 强化科技传播融合与创新理念

拥有先进的理念是科技传播主体积极探索科技传播融合与创新新思路、新方法的前提和基础，也是衡量科技传播实力的重要标准。在长期的科技传播实践中，传播主体积累了丰富的科技传播经验，然而，这些内容更多的是基于以广播、电视、报纸、期刊等传统媒体的基础上形成的，与新媒体环境下的科技传播工作要求之间存在较大的差异。因此，科技传播主体需要以新媒体为参照点，对科技传播理念进行及时更新，逐步确定以开放、融合、创新为特征的科技传播新思想，为新媒体环境下的科技传播融合与创新奠定良好的理念基础。例如，传播主体可以围绕新媒体环境下科技传播的发展形势与趋势组织开展各种形式的行业交流活动，对科技传播工作发展的方向、策略等内容进行深入性的交流探讨，以丰富科技传播融合与创新的思维。

4.2 牢牢把握新媒体传播的内容主线

新媒体时代的一项重要特点就是“以内容为王”，即媒体传播的重心在于内容，只有内容符合受众的兴趣爱好与需求，才能够保证传播目标的顺利实现。对于科技传播主体来说，如何在传播正确的科学技术内容和传播通俗易懂的科学技术内容之间找到平衡点是新媒体环境下需要重点探索解决的问题。一方面，科技传播的内容是科学技术成果，这些成果具有明显的技术性、专业性，受众需要具备一定的专业性知识功底，才能够准确地理解传播内容；另一方面，多数媒体受众往往缺乏深厚的专业性功底，并且没有足够的时间和精力去深入阅读、推敲媒体传播的科技内容。

4.3 打造多元化的科技传播融合与创新路径

路径融合与创新是科技传播融合与创新工作中的重要内容之一，也是影响科技传播内容是否真正达到传播目标的关键性指标。只有传播的路径正确，才能保证传播的内容能够及时地传达给相应的媒体受众。面对新媒体环境下科技传播方式多元化的实际情况，科技传播主体要以受众对媒体的喜爱度为参考来确定多元化的科技传播策略。一方面，要保持和深化以科技类期刊、图书等为载体的专业性传播方式，借助高质量的科技传播内容打造优质的科技传播品牌，扩大市场的影响力；另一方面，要借助微博、微信、微视频等“微媒体”的生活化传播优势，拓宽科技成果的传播力和影响力，更好地适应新媒体环境下科技传播的发展。同时，传播主体要通过数字化传播的方式打通传统媒体形式与新媒体形式之间融合的界限，使多元媒体传播形式能够真正融合起来，发挥更大的媒体传播效应。例如，传播主体除了办好科技类期刊、图书以外，还要通过经营好微信公众号、微博账号等方式主动为读者群体推送与生活密切相关的科技类内容，增进读者对科技成果的了解和运用。

结语

科技传播是传播科技发展成果、推动科技持续发展的重要力量。随着新媒体的深入发展，科技传播所处的媒体环境发生了深刻的变化。在这样的情况下，科技传播面临着新的机遇和挑战，需要在明确新媒体环境下科技传播必要性的基础上，通过强化科技传播融合与创新理念、牢牢把握新媒体传播的内容主线、打造多元化的科技传播融合与创新路径等方式适应科技传播融合与创新的要求，借助融合与创新更好地推动科技传播工作的发展。媒

参考文献

[1] 陈杰，史凡 . 新媒体环境下科技传播的机遇与趋势 [J]. 新闻世界，2019（9）：42-44.

[2] 赵昂 . 新媒体对科技传播的影响研究 [J]. 传播力研究，2019，3（22）：101.

[3] 赵岚，刘家肇 . 科技传播 STS 模式初探 [J]. 中国报业，2019（14）：22-25.

[4] 葛园园 . 网络时代科技传播碎片化策略 [J]. 科技传播，2019，11（9）：58-59.

[5] 原小影 . 大众传媒科技传播能力评价体系的构建 [J]. 中国传媒科技，2019（1）：29-31.

[6] 张捷 . 移动传媒终端科技传播研究 [J]. 传播力研究，2018，2（35）：235-236.

（作者单位：皖新传媒）